

# GEMEINWOHL-BERICHT

## UNTERNEHMEN

### ALLGEMEINE INFOS

- Firmenname: walchbewegt gmbh
- Branche: Sportartikelfachhandel
- Anzahl der MitarbeiterInnen (Vollzeitäquivalent): 4
- Umsatz: € 450.000,00
- Adresse: Bahnhofstraße 29, 6700 Bludenz, [www.walchbewegt.at](http://www.walchbewegt.at)
- Berichtszeitraum: 2013

### TÄTIGKEITSBEREICH

Vor 85 Jahren eröffnete Ehrenfried Walch eine Schuhwerkstatt und begann Ski- und Bergschuhe der Marke Arlberg zu produzieren. 1970 erfolgte die Übernahme des Sport- und Schuhgeschäftes durch seinen Sohn Richard. 1976 erfolgte die Erweiterung durch die „tua eppas“ libe-Geschichte, 2009 Ende der Ära Richard Walch, Start von walchbewegt gmbh. Wir konzentrieren uns auf die Beratung, den Verkauf und die Instandhaltung nachhaltiger Produkte für „Wanderungen aller Art“ – anders gesagt: wohltuende Bewegung an der frischen Luft. **Wandern, entdecken, entspannen**

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Waldviertler Schuhe	25%
Bekleidung und Hardware für´s wandern, reisen, trekking, ski touren gehen, winterwandern, schneeschuhslaufen, rodeln	60%
walchlibe-Linie und div. Geschenksartikel	15%

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Wir investieren in den wertschätzenden Kontakt zu unseren Kunden und Partnern. Die Vorauswahl eines erstklassigen Sortiments und die eigene, persönliche Entwicklung stehen im Vordergrund. Die spannenden Herausforderungen in Zeiten des Wandels sind die Rückbesinnung auf ein menschliches Maß und das Wahrnehmen von gewachsenen Qualitäten. Dabei fühlen wir uns dem Wirtschaftsmodell der Zukunft – der Gemeinwohl-Ökonomie – verpflichtet.

Ansprechperson: Elke Capelli, Geschäftsführung

Energiefeld/Regionalgruppe: Vorarlberg

## BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

### A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

<b>Ausgabenposten + % der Ausgaben</b>	<b>Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung</b>
Handelsware Outdoor (90%)	Der überwiegende Teil unserer Lieferanten aus dem Outdoorbereich investiert schon seit Jahrzehnten in die Themen <ul style="list-style-type: none"><li>- ökologische Qualität der eingesetzten Materialien (natur-, recyclingmaterialien)</li><li>- freiwillige Sozialleistungen für Mitarbeiter</li><li>- Einsatz für Umweltorganisationen, etc.</li></ul>
Miete (3%)	Walchbewegt ist in einem 1929 erbauten Stadthaus eingemietet
Energie/ Strom (1%)	VKW/Illwerke (in erster Linie Strom aus Wasserkraft)
Computer/ Technik (1%)	Handelsübliche Waren von regionalen Fachgeschäften
Werbung (3%)	Druck in erster Linie auf Recyclingpapier, regionale Anbieter, Direktwerbung an unsere Kunden
Büro- und Verbrauchsmaterialien (0,5%)	Werden nach den Empfehlungen des Vorarlberger Gemeindeverbandes (eigener Katalog für ökologisch, nachhaltige Büroartikel) bei einem regionalen Anbieter eingekauft

Bei den Bekleidungsmaterialien für das Wandern, Reisen, Trekking setzen wir auf Merinowolle, recycelte Kunstfaser, umweltfreundlich hergestellte wasserdichte Membrane, Biobaumwolle und Zellstofffasern. Bei den Bergschuhen werden

vermehrt chromfrei gegerbte Leder eingesetzt. Wir bevorzugen regionale Produzenten.

## B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Die Bankgeschäfte werden über eine Genossenschaftsbank abgewickelt. Durch bewusstes und nachhaltiges Wirtschaften kann auf eine hohe Eigenkapitalquote verwiesen werden. Das erwirtschaftete Kapital wird wieder reinvestiert.

### **Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters**

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>100%</u>	<u>Raiffeisenbank Bludenz reg.Gen.mbH.</u>

Innerhalb der Genossenschaftsbank sind erste Ansätze zur Annäherung an den Gemeinwohlgedanken erkennbar. Unsere Hausbank erhielt mehrfach Auszeichnungen für ihre familienfreundliche Unternehmenskultur.

### **Gemeinwohlorientierte Veranlagung**

Keine Veranlagungen – der mögliche Gewinn bleibt im Unternehmen

### **Gemeinwohlorientierte Finanzierung**

Eigenkapital	100%-Anteil Gesamtkapital
--------------	---------------------------

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Grundsatz ist die wertschätzende Haltung der Mitarbeiter untereinander, mit Augenmerk auf Besonderes im Wesen und Körperlichen der einzelnen Beteiligten, familienfreundliche Teilzeitmodelle, gemeinschaftsfördernde Aktivitäten

Allgemeines

### Allgemeine Kennzahlen

- 3 Angestellte, davon 1 männlich,
- 1 Lehrling mit besonderem pädagogischem Förderbedarf

## **Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik**

Keine Überstunden - Vergabe von zusätzlicher Arbeit erfolgt an unser "Netzwerk" von Helfern, Aufgaben, Rollen und Arbeitszeiten werden fortlaufend an die persönlichen und familiären Gegebenheiten angepasst.

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Regelarbeitszeit ist 35,5 Arbeitsstunden, bei einer wöchentlichen Ladenöffnungszeit von 28 Stunden. Darüber hinaus besteht für unsere Kunden die Möglichkeit, einen Termin auch außerhalb der Ladenöffnungszeit zu vereinbaren.

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

### **Ernährung während der Arbeitszeit**

Bereitstellung von Obst und Brot vom Biobäcker und bewusst Kräutertee aus der Umgebung.

### **Mobilität zum Arbeitsplatz**

Bewusstseinsbildung in Richtung Benützung von ÖPNV, Fahrrad

	<b>Gesamt KM für das Unternehmen</b>
Flugreisen	0
Auto/ PKW einzeln	1200
Car-Sharing	0
ÖPNV	900
Fahrrad/ Fuß	1200

### **Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse**

Grundlage ist der etwas andere "Gesellschaftsvertrag": das Erreichen von Wertschöpfung durch eine wertschätzenden Haltung, lernend im Umgang mit den anvertrauten Menschen und Dingen. Ein Arbeitsplatz der Freude und Spaß macht und eine solide finanzielle Absicherung für alle Beteiligten ermöglicht. Augenmerk auf Besonderes im Wesen und Körperlichen der einzelnen Beteiligten

WB (Walchbesprechung) – alle Themen werden offen diskutiert und auch strategische Entscheidungen gemeinsam getroffen.

#### C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

überdurchschnittlicher Stundenlohn für Einzelhandelsangestellte, die Lohnspreizung zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitern beträgt 1: 1,2

#### C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

WB (walchbesprechung) - alle Themen werden offen diskutiert und auch strategische Entscheidungen gemeinsam getroffen

Die Legitimierung der Führungskräfte erfolgt durch die Geschäftsinhaber im Konsens mit Mitarbeitern.

#### D1 ETHISCHES VERKAUFEN

##### **Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf)**

Das Selbstverständnis von gleichwertiger Partnerschaft zwischen Kunden und uns ist Grundprinzip. Die Verbindung zum Kunden entsteht hauptsächlich durch Mundpropaganda und vereinzelt Direktwerbeaussendungen. Das Reklamationsprozedere ist einfach. Das Grundgehalt ist unabhängig von Verkaufszahlen.

##### **Produkttransparenz, Fairer Preis**

Nach Bestem Wissen und Gewissen der Verkäufer werden alle verfügbaren Informationen über unsere Produkte weitergegeben und vor allem auf umweltfreundlich produzierte Outdoorprodukte hingewiesen. Bei den Verkaufspreisen halten wir uns an die Empfehlungen der Lieferanten.

##### **Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel)**

Ideen und Wünsche der Kunden bezüglich noch nachhaltigerer und ökologischer Produkte im Outdoorbereich werden in einem gemeinsamen Prozedere diskutiert und fließen in die Einkaufsentscheidungen ein.

### **Service-Management**

Mit unserer Änderungsschneiderei, besonderem Skiserviceangebot und Schuhreparaturservice wollen wir den von uns verkauften Produkten ein langes Leben ermöglichen.

## D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

### **Offenlegung von Informationen**

Gerne informieren wir unsere Mitbewerber über die neuesten innovativen ökologischen und nachhaltigen Outdoor-Produkte und gerne legen wir Informationsmaterial GWÖ-orientierter Unternehmen in unserem Geschäft auf

### **Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme**

Es besteht eine Kooperation mit einer Schuhreparaturwerkstatt sowie mit einer Bekleidungsrecyclingfirma

### **Kooperatives Marketing**

Praktizieren wir mit einer Schuhwerkstatt

## D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

### **Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen**

Unsere vertriebenen Outdoorprodukte sind zu einem großen Teil durch einen im Vergleich geringeren ökologischen Fußabdruck bzw. durch erste Ansätze einer überdurchschnittlichen, ökologischen Gestaltung gekennzeichnet

**Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum**

die Eigenprodukte walchlible - sind ökologisch gestaltet. Die Langlebigkeit der Produkte hat große Bedeutung

**Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologische Aspekte den KundInnen gegenüber**

Wir weisen unsere Kunden aktiv auf höherwertige Alternativen im Outdoorbereich hin. Ebenfalls finden unsere Kunden bei uns Nahversorgerlisten und anderes Informationsmaterial das auf nachhaltig agierende Unternehmen in der Umgebung hinweist.

**D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

**Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligten KundInnen-Gruppen**

Die Marke **walchlible** wird bei der Preisgestaltung bewusst niederschwellig gehalten (Qualität Biobaumwolle), Kinderecke mit Kinderbetreuung, Entgegennahme von V-talern, regelmäßig Unterstützung von Schulprojekten

**Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt**

Hilfsorganisationen werden regelmäßig unterstützt

**D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS**

**Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette**

vor Ort Zusammenarbeit mit Schuhwerkstatt, mit Stoffrecyclingfirma

**Aktive Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards**

regelmäßiger Austausch im Rahmen der Gemeinwohltreffen, aktive Mitarbeit beim Regionalentwicklungskonzept, Mitarbeit in der Kommunalpolitik

**Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe**

unsere Kunden und Betroffene kommen in erster Linie aus den fünf uns umgebenden Tälern, als Einzelhandelsunternehmen erreichen wir mit unserer Unternehmensphilosophie alle Bevölkerungsschichten

## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

**Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen**

Grundsatz von walchbewegt: wir bieten langlebige, nachhaltige Produkte an für das genussvolle Bewegen in der freien Natur in Form von Wandern, Reisen, Trekking, Ski-Tour, Winterwandern, Schneeschuhlaufen, Rodeln, u.a. unsere wichtigsten Produkte

Top 4 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Waldviertler Schuhe	Decken den Grundbedarf „gehen“ ab	Reine Lederschuhe, Fußbett dem Barfußlaufen angepasst, langlebig	
Bergschuhe	Dient der aktiven Freizeitgestaltung oder als Arbeitsschuh	Gesundheits-erhalt und –Steigerung durch die Bewegung in der Natur	
Regenbekleidung	Schutz vor Nässe als Grundbedürfnis	Die Möglichkeit, trotz Nässe sich im Freien bewegen zu können fördert den Gesundheitserhalt	
Merinowollwäsche	Funktional- komfortable Bekleidung	Naturfaser, die für ein wohliges Gefühl sorgt	



## **Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen**

Der überwiegende Teil unserer Lieferanten aus dem Outdoorbereich investiert schon seit Jahrzehnten in die Themen

- ökologische Qualität der eingesetzten Materialien (natur-, recyclingmaterialien)
- freiwillige Sozialleistungen für Mitarbeiter
- Einsatz für Umweltorganisationen, etc.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

### **Leistungen**

Stadtentwicklung, Teilnahme an Veranstaltungen wie "Tage der Utopie", "flow", Gemeinwohl-Energiefeld, Eigenveranstaltungen zu gesellschaftsrelevanten Themen, Schulprojekte, Sponsoring Montessorie Schule, Aktion nütziger helfen nütziger, etc.

Der geldwerte Umfang aller Maßnahmen beträgt mehr als 1% des Jahresumsatzes

### **Wirkungen**

Aufgrund der unterschiedlichen Zuwendungen ist eine Beurteilung sehr schwierig.

### **Intensität**

im Rahmen der persönlichen Möglichkeiten und die der Mitarbeiter sowie der finanziellen Gegebenheiten sind wir mit den o.a. Maßnahmen bereits am Plafon angelangt.

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

### **Absolute Auswirkungen**

vor Ort im angemieteten Geschäftslokal: Müllvermeidung, Mülltrennung, Mehrwegverpackungen, Verwendung ökologischer Putzmittel, etc.,

Das Geschäftslokal befindet sich in einem 1929 erbauten Haus, renovierungsbedürftig. Genaue Energiedaten sind momentan nicht eruierbar

## E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

### **Außenausschüttung**

es erfolgt keine Gewinnausschüttung an Außenstehende

### **Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung**

ein Großteil des Gewinnes bleibt im Unternehmen zur Stärkung des Eigenkapitals

## E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

### **Transparenz**

Für die Erstellung des GWÖ-Berichtes wurden ca. 60 Stunden aufgewendet. Der größte Zeitumfang betrifft die Eruierung der Nachhaltigkeit der einzelnen Lieferanten. Die Erstellung des Berichtes erfolgte im Rahmen der persönlichen Möglichkeiten und die der Mitarbeiter.

### **Mitbestimmung**

zusätzliche firmeninterne Dokumentationen, Mitbestimmung durch 2 Mitarbeiter

Wertvolle Hilfestellung im Rahmen des GWÖ-Workshops durch die teilnehmenden Firmen

## AUSBLICK

- Kündigung der Zusammenarbeit mit Lieferanten, die keine Bemühungen in Richtung Gemeinwohlgedanken unternehmen
- noch bewussteres beobachten, ob die Preise "fair" sind
- geplanter Wechsel zu eine demokratischen Bank
- die Benützungsfrequenz von ÖPNV und Fahrrad ist noch ausbaufähig

- weitere Kooperationen werden angestrebt
- nach Ideen für benachteiligte Kundinnengruppen wird gesucht
- wir wollen weiterhin lokal agieren, eine Vertiefung in die Themen ist geplant
- Beschaffungswesen Büromaterial muss überarbeitet werden
- beim Vermieter Energiedaten eruieren
- intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema GWÖ-Bericht

## LANGFRISTIGE ZIELE

- neue Eigentumsform andenken

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Erstellung: Elke Capelli, Geschäftsführung

Mitarbeit: Stefan Walch und Andrea Butolen (Mitarbeiter)

Datenzeitraum: 2013

Zeitaufwand Berichtserstellung: ca. 60 Stunden

Datum: 2. September 2014

---